

《营销技巧与价值销售》课程教学大纲

课程名称：《营销技巧与价值销售》

课程性质：公开课/内训

教学时数：学时 1-2 天

教学纲要：

第一部分：营销技巧

第一章：销售客户筛选

一、客户数据分析与客户画像

1. 客户数据分析
2. 预测客户的购买倾向
3. 互联网精准营销关键词
4. 客户画像的方法
5. 客户画像后的 RFM 分析法
6. 客户画像后的数据分析图

二、客户价值评估维度及指标

1. 现在价值：利润/销量/服务成本
2. 未来价值:信用/忠诚/信任
3. 社会价值:创新/渠道/影响力

三、客户价值评估常用的工具与模型

1. RFM 模型
 - ✓ 最近一次消费频率
 - ✓ 消费评率
 - ✓ 消费金额
2. CLV 模型，客户生命周期价值模型
 - ✓ 投入成本与利润高低
1. 客户价值应用-差异化客户分级管理

第二章、客户邀约方法

1. 营造气氛感性渲染

2. 淡化压力优化利益
3. 彰显稀缺与尊贵
4. 目标需求匹配
5. 设身处地为对方考虑
6. 身份场景吻合
7. 借助大咖的权威效应
8. 邀约工具使用技巧
- ✓ 电话邀约
- ✓ 微信邀约

第三章、大客户的拜访

1. 销售拜访的常见错误
2. 拜访前的准备
3. 业务人员的精神面貌
4. 如何自我介绍
5. 邀约障碍排除
6. 随时小心我们的“雷”
7. 提问的常见类型
 - ① 暖场类问题 ② 确认类问题 ③ 信息类问题
 - ④ 态度类问题 ⑤ 承诺类问题 ⑥ 顾虑类问题
8. 我们会听吗？
9. 我们会说吗？
10. 我们会问吗？
11. 工具：介绍产品的 FABE 模式
12. 工具：spin 销售法
13. 案例：如何建立产品的信任状

第四章、商务谈判

一、谈判的要领

1. 什么是双赢谈判
2. 谈判的两大误区
3. 谈判的本质
4. 谈判心理学

5. 商务谈判中常用的工具

2 关键路径法

② 多因素评分法

③ 鱼刺骨分析法

二、谈判的准备阶段

1. 确定谈判的目标
2. 团队角色的分配
3. 如何唱白脸红脸
4. 谈判中的三策
5. 如何拟定谈判议程
6. 如何评估谈判对手
7. 谈判者的核心技能
8. 如何营造良好的谈判氛围

三、商务谈判的过程控制

一、谈判的开始阶段

1. 专业形象取得谈判优势
2. 怎样提出建议
3. 怎样回复对方的提议
4. 如何建立个人信任感
5. 如何寻找契合点

二、谈判的展开阶段

1. 谈判遇到的障碍及对策
2. 如何破解对方的战术
3. 如何谈价

① 定价与报价 ② 报价可以狮子大开口吗？③ 报价的五个前提

④ 询价方式与忌讳 ⑤ 询价后的反应及应对措施 ⑥ 谈判中的压价方法

⑦ 让价的注意事项

4. 面对的难题及其解决方法

5. 如何强化自身的优势

6. 解除客户抗拒的十种方式

7. 如何弱化对方的优势

8. 大客户成交的“六脉神剑”

9. 成交的七大信号

10. 成交的 N 种方法

① 直接要求成交法 ② 非此即彼成交法 ③ 最后机会成交法

④ 激将成交法 ⑤ 假设成交法 ⑥ 小点成交法

⑦ 保证成交法

第二部分：价值销售

第一章：产品价值塑造

一、产品价值塑造的原因

1. 客户索然无味

2. 客户不感兴趣

3. 客户迟迟不肯签单

4. 客户一味砍价

5. 客户对竞争对手兴趣很大

二、产品塑造的技巧

1. 通过视频塑造

2. 证人证言法

3. 意见领袖法

4. 独特卖点挖掘法

5. 故事塑造法

6. 互动塑造法

7. 对比塑造法

8. 从众心理法

9. 同行推荐法

10. 利益相关法

三、产品介绍演绎技巧

1. 很好的开始-虎头
2. 过程的控制-猪肚
3. 完美的收尾-豹尾
4. 不同层级的沟通方式
5. PPT 文本设计的主要原则
6. PPT 十大忌
7. 如何打动客户
- ✓ 一个热点
- ✓ 一段视频
- ✓ 一个样板
- ✓ 一套数据
- ✓ 一次发问
- ✓ 一段赞美
- ✓ 一次互动
- ✓ 一个场景

第二章：客户需求挖掘及心理动向挖掘

一、客户需求心理动向挖掘

1. 用户分析的四个重点
3. 精准营销目标要明确（针对现有客户）
4. 获得用户：挖掘潜在用户
5. 留住用户：维护现有用户
6. 激活用户：激活休眠用户
7. 如何让用户主动找我们
8. 案例：这张用户信息表的问题在哪里？
9. 工具：存量客户开发的思维
10. 工具：头头是道的运用
11. 顾问式销售的特点
12. 站在客户的角度制定最佳的解决方案
13. 客户利润增长提案 PIP 数值
14. 客户利润增长提案内容
15. 顾问式销售的要素

16.顾问式销售操作过程

1.

2.

3.

4.

5.

6.

7.

8.

9.

10.

11.

12.

13.

14.

15.

16.

17. 解决方案呈现技巧

18. 工具：问话的六大模型

19. 工具：用 SPIN 模式挖掘客户痛点